

Ideal Customer Profile

ICP-arbetsmall

Definiera företagen ni ska vinna - med data, kriterier och gemensam scoring.

ANALYSERA · PRIORITERA · AKTIVERA

En praktisk mall för marknad, sälj och customer success.

ICP är ett företag - inte en jobbtitel

En stark ICP bygger på closed-won-data, retention och produktfit. Den hjälper teamet avgöra vilka konton som förtjänar tid.

ICP SVARAR PÅ

**Vilka företag ska
vi prioritera?**

INTE

**En lista med alla
som kan köpa något.**

Best practice: samla bevis först. Formulera profilen därefter. Uppdatera minst varje kvartal.

Steg 1 / Hitta mönstret

DATAGRUND

Vilka 20-30 kunder har bäst intäkt, retention och adoption?

FIRMOGRAFI

Vilka branscher, storlekar och regioner återkommer?

TRIGGER

Vilka förändringar skapar aktivt behov?

FIT

Vilka förutsättningar krävs för värde?

RISK

Vad korrelerar med churn eller låg marginal?

Steg 2 / Sätt kriterierna

MÅSTE HA

Icke förhandlingsbara kriterier för fit.

STARKA SIGNALER

Kriterier som höjer sannolikheten för värde.

NEGATIV FIT

Skäl att nedprioritera eller avstå.

KÖPBEREDSKAP

Budget, mandat, problem, timing och kapacitet.

FRAMGÅNG

Vilka utfall visar långsiktigt värde?

Scoring / 100 poäng

25**PROBLEMFIT**

Har kunden ett problem vi löser väl?

20**AFFÄRSVÄRDE**

Intäkt, retention, expansion och marginal.

20**OPERATIV FIT**

Teknik, team och processer möjliggör framgång.

20**KÖPBEREDSKAP**

Trigger, timing, mandat och budget.

15**STRATEGISK FIT**

Referensvärde och långsiktig riktning.

80-100 Prioritera · 60-79 Utvärdera · <60 Nedprioritera

Steg 3 / Gör ICP:n operativ

1

LISTOR

Bygg dynamiska listor för fit, intent och negativ fit.

2

ROUTING

Låt hög fit och intent styra till rätt ägare.

3

KAMPANJ

Anpassa segment, budskap och kanal efter köpläge.

4

RAPPORT

Jämför pipeline, win rate och säljcykel för ICP.

En sida / Er ICP

SEGMENT**Bransch, storlek, geografi och affärsmodell.**

TRIGGERS**Händelser som skapar behov och timing.**

FIT & NEGATIV FIT**Kriterier som prioriterar eller diskvalificerar.**

KÖPBEREDSKAP**Problem, budget, mandat och kapacitet.**

AKTIVERING**Scoring, listor, routing, kampanj och rapportering.**

Nästa steg

Öppna CRM:et. Hitta era bästa kunder.

ICP:n blir värdefull först när den påverkar vilka konton ni väljer, hur ni prioriterar och vad ni mäter.

Vill ni göra profilen operativ i HubSpot?

leadlabs.se · Boka ett första samtal